جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

Naif Arab University For Security Sciences

الإشاعات في عصر المعلومات

د. إبراهيم أحمد أبوعرقوب

٢٠٠٣م

الإشاعات في عصر المعلومات

د. ابراهيم أحمد أبو عرقوب

الإشاعات في عصر المعلومات

الإشاعة ظاهرة اجتماعية قديمة حديثة ، وهي خطر يتهدد الأفراد والمؤسسات والمجتمعات والعالم أجمع في كل الأزمان والأماكن في السلم والأزمات والحروب والكوارث الطبيعية ، لذلك حظيت باهتمام ودراسة علماء الاجتماع والنفس والاقتصاد والعلوم العسكرية والإعلام ومما زاد في خطورتها هو سرعة انتشارها عبر شبكات الاتصال والمعلومات عبر الأقمار الاصطناعية والانترنت التي جعلت من العالم قرية كونية Global Village

تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على الإشاعة كظاهرة اجتماعية ذات تاثير على جميع نواحي حياة الإنسان في السراء والضراء من حيث تعريفاتها ومراحلها وأنواعها ووسائلها وكيفية التعامل معها وقاية وعلاجا على المستوى الشعبي والحكومي والعالمي .

أ ـ تعريفات الإشاعة:

١ ـ الإشاعة لغة:

ذكر معجم لسان العرب التعريفات التالية:

شاع الخبر : انتشر وافترق وذاع وظهر

رجل مشياع : مذياع لايكتم سراً.

الشاعة : الأخبار المنتشرة .[1]

أما المعجم الوسيط فقد أورد كلمة الشائعة والإشاعة وعرفها على النحو التالي :

الإشاعة : الخبر ينتشر غير متثبت منه الشائعة : الخبر ينتشر ولاتثبت فيه .[٢] فالإشاعة والشائعة والشاعة كلها تحمل نفس المعنى ألا وهو نشر المعلومات .

٢ ـ الإشاعة : هي عبارة عن رسالة اتصالية غير مؤكدة المصدر تنقل من شخص لآخر وجها لوجه في حالة التفاعل الاجتماعي وتشير الى شيء أو شخص أو وضع أكثر من كونها فكرة أو نظرية .[٣]

٣ ـ لإشاعة تقرير ينقل بطريقة غير رسمية (مشافهة) ويهتم بموضوع من الصعب التحقق منه .[٤]

٤ ـ الإشاعة : تقارير لا أساس لها من الصحة يمكن أن تنتشر عن طريق الكلمة المنطوقة أو المكتوبة في الصحافة . [٥]

٥ ـ الإشاعة : هي عبارة عن معلومات تذاع بطرق غير رسمية من مصادر مجهولة .[٦]

٦ ـ الإشاعة : معلومة لا يمكن التحقق من صحتها ولا من مصدرها وتنتشر مشافهة .[٧]

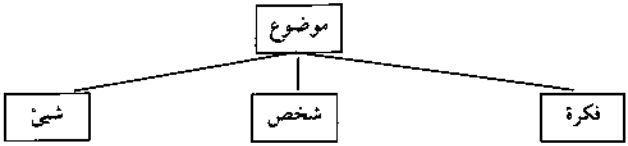
٧ ـ وقد عرف عالما النفس Allport . W . G و Posman . J . L الإشاعة في دراستهما لها عام ١٩٤٧م على النحو التالي :

الإشاعة : خبر أو قضية أو اعتقاد محدد قابل للتصديق أو التكذيب يمرر من شخص لآخر عادة مشافهة دون الاشارة الى معايير أكيدة للصدق .[٨] فبناء على التعريفات السابقة يمكن أن نتوصل الى تعريف شامل جامع للإشاعة :

الإشاعة : معلومة أو خبر أو قصة قابلة للتصديق أو التكذيب وغير معروفة أو مؤكدة المصدر يتم تناقلها مشافهة بطريقة غير رسمية في حالة الاتصال الشخصي وجها لوجه او رسميا كما هو الحال في الاتصال

الجماهيري السمعي كالإذاعة أو البصري كالمطبوعات او السمعي/ بصري كالتلفزيون والإنترنت .

ب ـ موضوع الإشاعة: يدور موضوع الإشاعة حول :



جـ ـ أهداف الإشاعة[٩] Objectives of Rumor

١ ـ بث الخوف والرعب والحقد والكراهية والعداوة وزرع بذور الفتنة والشك والياس والأمل في نفوس الجمهور المستهدف .

٢ ـ تشويه سمعة وصورة الأفراد والجماعات والمجتمعات والشعوب والدول والقادة .

٣ ـ خلخلة وحدة الصف .

٤ ـ تهجير المدنيين عن طريق بث الرعب في قلوبهم

٥ ـ تحطيم ارادة القتال لدى العدو

٦ ـ تهبيط معنويات المدنيين والعسكريين

٧ ـ العمل على تكوين الرأي العام أو جسه أو تعبئته أو تضليله حول موضوع ما يلامس حياة الناس اليومية .

٨ ـ خداع العدو وتضليله عن طريق تعمية الأمور عليه .

٩ ـ العمل على تقوية الروح المعنوية خاصة وقت الأزمات والحروب والكوارث الطبيعية .

د ـ مراحل انتشار الإشاعة[١٠] Stages of Rumor's Diffusion

١ ـ مرحلة ولادة الإشاعة: Birth

تتسم هذه المرحلة بأنها مرحلة إنتاج الإشاعة ومرحلة العرض والطلب. في هذه المرحلة يقوم العدو أو الطابور الخامس من منافقين ومخبرين وحاقدين وعملاء ومأجورين ومرتزقة ورجال إعلام سواء كانوا من أبناء البلد أو من أبناء الأعداء بإنتاج الإشاعة عند توفر الوقت المناسب والجو الملائم والتربة الخصبة لزرع بذور الشر والفتنة والكراهية والعداء وتحطيم المعنويات وإثارة النزاعات بين الأفراد والجماعات والشعوب. ففي الوقت الذي يطلب الناس المعلومات التي تساعدهم على تفسير ما يجري حولهم في السلم والحرب ولا يجدونها يقوم مطلقو ومنتجو ومروجو الإشاعات بتزويدهم بمعلومات تلبي رغبتهم وتفك الغموض والمصير المجهول الذي يؤرقهم.

٢ ـ مرحلة المغامرة أو المجازفة Adventure

وهي مرحلة انتشار الإشاعة وذيوعها بين الناس انها الطريق الدائري التي تسير فيها الإشاعة. ولقد أثبتت عدة دراسات تجريبية بأن انتشار وترويج الإشاعة يعتمد بشكل رئيس على قانون معين وعلى العمل الجماعي. فالأفراد والجماعات يطلقون الإشاعات ويشتركون في ترويجها.

أ ـ قانون انتشار الإشاعة[١١] The Basic Law of Rumor

يعتمد مدى انتشار الإشاعة على شرطين أساسيين:

١ ـ الأهمية:

أهمية الموضوع الذي تدور حوله الإشاعة بالنسبة للمستمع أو القارىء أو المشاهد لوسائل الإعلام. فمثلا: إشاعة حول ارتفاع او انخفاض نسبة الفائدة في البنوك ليست بذات أهمية لشخص ليس لديه نقود في البنوك في حين أنها في غاية الأهمية لأصحاب رؤوس الأموال الذين يتعاملون مع البنوك.

٢ ـ الغموض:[١٢] Ambiguity

وغموض الموقف يعني ما يلي:

عدم توفر معلومات صادقة ورسمية

- نقصان المعلومات الرسمية.
- وجود جو يخيم عليه القلق والخوف والرعب
- الشكوك النابعة عن وجود معلومات خاطئة.
- التأخر في اتخاذ قرار سريع حول قضايا هامة ومستعجلة.
- عدم قدرة المسؤولين على تلبية احتياجات الجمهور المستهدف من المعلومات في وقتها.

- عدم القدرة على السيطرة على الأمور خاصة وقت الأزمات والكوارث
- وجود مشاكل خطيرة تؤرق الناس في المجتمع .
- وجود صراعات داخلية خطيرة
- عدم فهم مجريات الأمور والأخبار من قبل الجمهور المستهدف بسبب حالة التوتر التي يعيشها .
- تضارب الأنباء حول مصير الأشخاص والأشياء مما يحدث حالة من عدم الثقة فيها .

فغموض الموقف هو انعدام الأخبار أو اقتضابها أو تضاربها أو عدم الثقة فيها أو عدم صياغتها بشكل واضح أو عدم المقدرة على فهمها من قبل الجمهور المستهدف أو جود رقابة عليها .

وخير مثال على غموض الموقف هو ما يجري على أرض فلسطين خاصة في الأماكن التي يحتلها العدو الصهيوني ، ويعيث فيها فسادا وقتلا وتدميرا بعيدا عن أعين وسائل الإعلام ، وذلك عن طريق إعلانها منطقة عسكرية مغلقة .

فقانون رواج أو انتشار الإشاعة يعني بأن كمية الإشاعة المنتشرة تختلف بحسب أهمية موضوع الإشاعة للأشخاص الذين تعنيهم ومدى غموضه . فالأهمية وحدها لا تؤدي إلى ظهور الإشاعة ولا الغموض وحده لأنه إذا كانت الأهمية صفرا والغموض صفرا فلن يكون هناك شيء اسمه إشاعة .

انتشار الإشاعة Dissimination of Rumor

ب ـ ترويج الإشاعة:

يقوم على نشر الإشاعة أو ترويجها عدة أشخاص لكل (rumor-mongers) منهم دور[١٣] :

١ ـ الناقل أو المبلغ أو الرسول Messenger وظيفته ايصال الرسالة الاتصالية (الإشاعة) الى الجمهور المستهدف . وهو أهم دور في عملية انتشار الإشاعة .

٢ ـ المفسر Interpreter يقوم بتفسير الإشاعة ويتكهن حول مضمونها محاولا فهم ما حدث أو ما يجري حوله وهؤلاء هم العقلانيون .

٣ ـ المتشككون Skeptics يعبرون عن شكهم فيما سمعوا أو قرأوا ويحذرون الناس منه وهؤلاء هم الطبقة الواعية .

٤ ـ بعضهم يحاول لمصلحة ما التفسيرات الخاصة بتلك الإشاعة دون غيرها .

٥ ـ متخذو القرار Decision-Makers فهؤلاء يقومون بالتصرف بناء على الأخبار أو المعلومات الواردة في تفاصيل الإشاعة . فإذا سمعوا بأن هناك سلعة ما ستفقد من السوق أو سيرتفع سعرها يهرعون الى السوق لشراء كميات ضخمة منها وتكديسها للمستقبل خوفاً من المجهول . وهؤلاء هم عامة الناس الذين ينقصهم الوعي الكافي .

٣ ـ مرحلة قتل أو موت الإشاعة (Killing of the Rumor Death) هذه المرحلة هي المحصلة النهائية لعملية ولادة وانتشار الإشاعة وعمر الإشاعة فمن الإشاعات ما يعيش لمدة ساعة أو ساعات أو يوم أو أيام أو أسبوع أو أسابيع أو شهر أو أشهر أو سنوات أو قرون أو يموت

ليعاود الظهور في فترات دورية وسأوضح ذلك لاحقا من خلال الأمثلة التي سأضربها على أنواع الإشاعات. وفي تحليل للإشاعة قام به علماء العلوم الاجتماعية في أمريكا ونشرت نتائجه سنة ١٩٩١م قالوا ما يلي:

إن الإشاعة هي عبارة عن نوع من الفيروسات النشطة التي تنمو بسبب قدرتها على توليد مخاوف لدى الجمهور المستهدف تمكنها من الانتشار، وتتغير هذه الفيروسات لتناسب أوضاعا جديدة. أما بالنسبة لعمر الإشاعة فقد قالوا بأن بعض الإشاعات قد عاش لعدة قرون.[١٤]

ومن الأمثلة على ذلك الإسرائيليات الموجودة في بعض كتب التراث الإسلامي، وإشاعة صلب عيسى عليه السلام من قبل اليهود في حين أن الله رفعه إليه كما أخبرنا القرآن الكريم.

قال تعالى: ﴿وَقَوْلِهِمْ إِنَّا قَتَلْنَا الْمَسِيحَ عِيسَى ابْنَ مَرْيَمَ رَسُولَ اللَّهِ وَمَا قَتَلُوهُ وَمَا صَلَبُوهُ وَلَكِن شُبِّهَ لَهُمْ وَإِنَّ الَّذِينَ اخْتَلَفُوا فِيهِ لَفِي شَكٍّ مِّنْهُ مَا لَهُم بِهِ مِنْ عِلْمٍ إِلَّا اتِّبَاعَ الظَّنِّ وَمَا قَتَلُوهُ يَقِينًا ﴿١٥٧﴾ بَل رَّفَعَهُ اللَّهُ إِلَيْهِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا ﴿١٥٨﴾﴾[١٥]

د ـ تصنيف الشائعات حسب الوقت:

١ ـ الإشاعة الزاحفة Crawling Rumor

وهي الإشاعة التي تروج ببطء ويتناقلها الناس همسا أو وشوشة وبطريقة سرية الى أن يعرفها الجميع في آخر الأمر وتكون على شكل تنبؤات بوقوع أحداث سيئة تمس الموضوعات الاجتماعية أو الاقتصادية أو السياسية.

مثال : فكلما أعلن عن وصول بعثة الصندوق الدولي للأردن فإن الشارع العام الأردني يتوقع رفع أسعار بعض المواد التموينية الأساسية . وهذا التوقع مبني على التحليل المنطقي لأنه معروف لدى الجمهور الأردني طلبات صندوق النقد الدولي سلفا . [١١]

٢ ـ الإشاعة الغائصة: Latent Rumor

وهي الإشاعة التي تنتشر أول الأمر ثم تغوص أو تختفي تحت السطح لتظهر مرة أخرى عندما تتهيأ لها التربة المناسبة وذلك عند وجود موقف مشابه للموقف الذي كان موجودا عندما انطلقت في المرة الأولى . أي أنها تبقى مخزونة في ذاكرة مروجيها ثم يعودون لترويجها من جديد بعد فترة من الزمن .

في شهر تشرين أول ١٩٨٥م ظهرت إشاعة تقول بأن بعض الأمريكان والأوروبيين والإسرائيليين يختطفون الأطفال من أمريكا اللاتينية ويذبحونهم من أجل استخدام أعضائهم في عملية نقل الأعضاء من شخص لآخر ولكن لم يتم تناقلها من قبل وسائل الإعلام مما أدى إلى اختفائها .

ولكن هذه الإشاعة عادت الى الظهور في كانون ثاني ١٩٨٧م أي بعد حوالي سنة وثلاثة شهور وتناقلتها الصحافة العالمية ومحطات الإذاعات والتلفزيونات في أكثر من ٥٠ دولة في العالم . ويرجع سبب انتشارها السريع وعلى نطاق عالمي الى الغموض الذي اكتنفها إثر التوضيح الذي اصدره السكرتير العام للجنة هندوراس للرفاه الإجتماعي في مقابلة تلفزيونية بقوله بأنه سمع إشاعات غير مؤكدة عن الموضوع .

وقد أدت هذه الإشاعة الى بلبلة في الرأي العام في أوروبا وأمريكا

الشمالية وأمريكا اللاتينية والأمم المتحدة . فبالرغم من إنشاء لجان تحقيق من عدة جهات للتثبت من الأمر والسيطرة على الإشاعة إلاّ أنها أخذت زخماً جديدا واستمرت في الرواج على نطاق عالمي ومما اعطاها مصداقية هو أن الصحيفة الروسية برافدا ووكالة الأنباء الروسية تاس قد التقطتها بعد ثلاثة شهور من عودتها ووزعتها على الصحف الشيوعية في داخل الإتحاد السوفياتي السابق وخارجه .[١٧] وقد بلغ عمر هذه الإشاعة من تاريخ ولادتها الى عودتها وانتشارها في المرة الثانية ثلاث سنوات ونصف .

إشاعة الخوف Fear Rumor

الإشاعة التي تهدف إلى إثارة الرعب واليأس والإحباط وعدم الثقة في أنفس الجمهور المستهدف لتهبيط معنوياتهم .

في ٤/ ٢/ ١٩٩٣م وفي العاصمة الأردنية عمان ، أقدم شخص مجهول الهوية على قتل أحد المواطنين في محله التجاري عندما عاجله بضربة شاكوش على رأسه فما كان من الجمهور الأردني إلاّ أن استقبل هذه الحادثة بالشجب والاستنكار لأنها كانت التاسعة من نوعها منذ عام ١٩٩٢م، وابتدع الخيال الشعبي شخصية وهمية اسماها « أبو شاكوش» وأخذت أجهزة الأمن العام الاردنية تحذر الناس عبر وسائل الاتصال المختلفة من « أبي شاكوش» [١٨]

في ٩/ ٦/ ١٩٩٨م وبعد ما يقارب من خمس سنوات ألقت قوات الأمن الأردنية القبض على ما يسمى بأبي «شاكوش» بعد أن زرع الرعب في قلوب الناس وقلل من ثقة الشعب في قدرة الأمن العام على وقفه عن ارتكاب الجرائم وكذلك قلل من ثقة الناس ببعضهم حيث أصبحت المحلات التجارية تغلق أبوابها بحلول المساء .[١٩]

إشاعة الكراهية Hate Rumor

تهدف هذه الإشاعة إلى نشر روح الحقد والكراهية والعداء لإيذاء أشخاص أو جماعات أو مجتمع أو دولة بعد مقتل رئيسة وزراء الهند أنديرا غاندي على يد حرسها الشخصي من طائفة السيخ ، انتشرت إشاعة تقول بأن أفراد طائفة السيخ الذين لجأوا إلى بيوت الهندوس من أجل الحماية من القتل قاموا بقتل مضيفهم الهندوس وسرقة أمتعتهم واغتصاب نسائهم قبل أن يهربوا في منتصف الليل [٢٠]

فالهدف من هذه الإشاعة هي زيادة الكراهية للسيخ وعدم الثقة فيهم مما أدى إلى سحب السيخ من عربات القطار وضربهم حتى الموت من قبل جموع الهندوس الغاضبين .

إشاعة حرب الأعصاب War- of - Nerves Rumor

تهدف هذه الإشاعة الى زيادة حدة التوتر والقلق لدى الجمهور المستهدف .

مثال : في الحرب العالمية الثانية أذاع الألمان أخبار الانتصارات البولندية على الجيش الألماني واتبعوها بسيل من الأخبار المتضاربة عن طريق استخدام نفس أطوال الموجات الإذاعية التي كانت تبث عليها محطة إذاعة بولندا . وكان الهدف من هذه الإشاعة هو اضعاف ثقة الجمهور في دعاية الحلفاء وزيادة نسبة القلق لديهم عما ستسفر عنه الحرب . وكانت تشيكوسلوفاكيا وبولندا وفرنسا والى حد ما بريطانيا ضحايا لمثل هذه الإشاعة .[٢١]

إشاعة سحابة الدخان (الخداع) (Smoke-Screen Rumor (Deception

تستخدم هذه الإشاعة كستار من الدخان لإخفاء بعض النوايا الشريرة بهدف خدعة العدو

في ٨ يونيو ١٩٤١م كتب وزير الدعاية الألماني د. قوبلز مقالة بعنوان «نموذج كريت The Example of Crete» في إحدى الصحف حول غزو جزيرة كريت وأوحى فيها بأن الجيش الألماني ينوي غزو بريطانيا أولاً بدلاً من روسيا. ولكن الخطة الرئيسة كانت تقتضي الهجوم على موسكو أولا «فالحرب خدعة». [٢٢]

إشاعة الشغب: Riot Rumor

تهدف هذه الإشاعة إلى إطلاق الشرارة الأولى التي تحول حادثة بسيطة إلى مظاهرات أو مشاجرات وتزيد من عنفوانها لأنها تهيء المسرح للسلوك الجماهيري الغاضب.

في ١٧/ ١٠/ ١٩٩٢م تظاهر عشرات المصريين الغاضبين من ضحايا الزلزال الذي ضرب القاهرة إثر سماعهم إشاعة مفادها بأن الحكومة المصرية قد تحتاج إلى ستة أشهر حتى توفر شققا لمشردي الزلزال. [٢٣]

إشاعة التنبؤ Prediction Rumor

تستخدم للتنبؤ بوقوع أحداث سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو عسكرية في وقت الأزمات والكوارث والحروب.

عندما زارت السفينة ماري كوين Mary Queen في الحرب العالمية الثانية ميناء بوسطن تبع هذه الزيارة رواج إشاعات تقول بأنها قد تعرضت

لعمل تخريبي أو اشتعلت فيها النيران أو أنها انفجرت عندما كانت تحمل الذخيرة[٢٤]

كذلك تنتشر الإشاعات كانتشار النار في الهشيم في كل القرى والمدن الفلسطينية بان القوات الصهيونية الغازية ستحتلهم وتعيث قتلا وتدميرا وأسرا وإذلالا في مدنهم وقراهم وذلك عن تنبؤات بسبب ما حصل في المدن الأخرى مثل رام الله ونابلس وجنين والخليل وتهديدات رئيس العدو الصهيوني الإرهابي شارون .

إشاعة الأمل أو الحلم Wish-fulfillment Rumor

تهدف إلى طمأنة الجمهور المستهدف حول وضع يقلقهم كالتمني بالانتصار في المعارك أو توقف الحرب أو استقالة مسؤول أو موت عدو

سرت إشاعة في المسجد الحرام في مكة المكرمة ليلة السابع والعشرين من رمضان (ليلة القدر) من عام ٢٠٠١م مفادها بأن رئيس وزراء العدو الصهيوني الإرهابي شارون قد قتل، فما كان من جموع المصلين الذين يستعدون للافطار في ساحات الحرم إلا أن كبروا بصوت واحد وسط جو من الإثارة والهيجان وفيما بعد نقل الخبر إلى عدة بلدان عبر أجهزة التلفون الخلوية (النقال)[٢٥]، فالإشاعة هنا وحدت مشاعر المصلين ضد هذا المجرم الملطخة يداه بدماء المسلمين ، فالكل كان يحلم أو يأمل بأن تتحول الأحلام إلى حقيقة .

إشاعة التبرير Rationalization Rumor

تهدف هذه الإشاعة إلى تبرير سلوك خاطيء أو عمل عدائي أو إجرامي قد تم ارتكابه .

انتشرت إشاعة في جامعة بكين مفادها بأن الرئيس الأمريكي Bill Clinton ليس مسؤولا عن ضرب السفارة الصينية في بلغراد في يوغسلافيا لأنها من تدبير عناصر متطرفة أو محافظة في الجيش الأمريكي. [٢٦]

تعرض فرع الهند من مطاعم Macdonald للوجبات السريعة المنتشرة في ١٢٠ دولة إلى إشاعة مفادها بأن المطعم يقوم بقلي البطاطا بدهن البقر مما أدى إلى أن قاطع الهنود المتدينون منتجاته ، وكان أكبر تحد للفرع هو كيفية القيام بحملة علاقات عامة لقتل الإشاعة وإعادة الثقة في منتجاته. [٢٧]

إشاعة جس النبض الجماهيري (البالون التجريبي) Trial balloon Rumor

تستخدم هذه الإشاعة لرصد ردود فعل الجماهير تجاه شخص أو شيء أوفكرة ، اي معرفة اتجاه الرأي العام.

في سنة ١٩٨٢م قام البيت الأبيض الأمريكي بتسريب أسماء محتملة وغير محتملة لقضاة مرشحين لعضوية محكمة العدل العليا كوسيلة لجس النبض الجماهيري تجاههم ، وبعد ذلك تم رصد ردود الفعل الجماهيرية التي تبين من هو القاضي المقبول ومن هو القاضي المرفوض ومن يليه[٢٨] ، فكان الهدف الرئيس لهذه الإشاعة هو قياس اتجاه الرأي العام نحو من يصلح لعضوية أولا يصلح لعضوية المحكمة.

الإشاعة الاقتصادية Economic Rumor

تهدف إلى إحداث حالة من القلق والخوف والبلبلة في السوق المالي أو الوضع الاقتصادي وخاصة وقت الأزمات والحروب.

في ١٣/ ١١/ ١٩٩٢م خسر السوق المالي Dow Jones ٧٦. ٦ نقطة وذلك لانتشار إشاعة تقول بأن هناك انقلابا عسكريا على الرئيس الروسي

بوريس يلسن مما أدى إلى حصول إرباك في السوق المالي والمتعاملين معه[٢٩]

إشاعة قذف الأعراض (الجنس) Slanderous (sex) rumor

تهدف إلى التفريق بين الزوج وزوجته عن طريق التشهير بأحد الزوجين.

في ٢٨/ ١/ ١٩٩٣م صرح رئيس وزراء بريطانيا John Major بأنه رفع قضية تشهير على مجلتي Stateman و Society متهما إياهما بنشر إشاعة مفادها بأنه على علاقة غرامية مع إحدى النساء.[٣٠]

الإشاعة على شكل نكتة Rumor as†a joke

تستخدم الإشاعة للسخرية من فكرة أو شيء أو شخص، فهي هدامة بكل معنى الكلمة لما فيها من نقد لاذع وسخرية جارحة.

في المعركة الانتخابية لرئاسة أمريكا التي تمت عام ١٩٨٨م انتشرت إشاعة على شكل نكتة تقول بأن المرشح السيناتور Michael Dukakis قد طلب حراسة سرية مؤلفة من النساء والأقليات ورجال قصار القامة. ولكنه سارع إلى نفيها على الفور فالهدف هو النيل من شخصيته والتقليل من شعبيته وتأليب الرأي العام للناخبين ضده[٣١]

تتشابه النكتة والإشاعة في أن كليهما يعبر عن مشاعر خاصة تجاه الأشخاص أو الأشياء أو الأفكار دون أن يظهر الراوي عن وجود مشاعر لديه، فبدلاً من أن يقول أنا أكره فلان يقول نكتة فحواها يحمل كراهية للشخص أو الفكرة أو الشيء موضوع الإشاعة.

إشاعة دق الأسافين Wedge-Driving Rumor

تعمل هذه الإشاعة على مبدأ «فرق تسد» «divide≠and-Conquer» للتفريق بين القائد وجنده والحاكم وشعبه والحليف وحليفه والزوج وزوجته وكذلك على شق وحدة الصف بين أبناء المجتمع وذلك عن طريق إحداث جو يسوده عدم الثقة والكراهية بين الأطراف المختلفة.

فبعد الهجوم الذي تعرضت له نيويورك وواشنطن في ١١ أيلول عام ٢٠٠١م سرت إشاعة غير صحيحة عبر الإنترنت في المجتمع الأمريكي مفادها أن أحد العرب يعمل في محل حلويات اسمه Dunkin Donuts في مدينة نيوجرسي بالقرب من نيويورك قد عمل احتفالا عندما سمع أخبار الهجوم. (٣٢)

إشاعة الإرهاب Rumor of Terrorism

هي الإشاعة التي يستخدمها الإرهابيون كسلاح نفسي وتكون على شكل بلاغات وتهديدات كاذبة لترهيب الخصم أو العدو وتهدف إلى إضعاف معنوياته وتقويض أمنه وزعزعة استقراره وفقدانه السيطرة على الأمور خاصة وقت الأزمات وبالتالي تفقد الجماهير الثقة به وبأجهزته الأمنية. (٣٣)

بعد الهجوم على نيويورك وواشنطن سرت إشاعات عبر الإنترنت مفادها بأن يوم الثاني والعشرين من أيلول ٢٠٠١م سيكون يوم الإرهاب الإسلامي Muslim Day of Terror والجهة المستهدفة هي مدينة بوسطن باستدعاء رئيس البلدية ونائب حاكم ولاية ماسات Massachusetts يحذرهم من هجمات محتملة على المدينة ، ولكن في اليوم التالي صدر

نفي لهذه الإشاعة من مكتب التحقيقات الفيدرالية FBI لأن الخبر اعتمد على معلومات استخبارية مضللة[٣٤]، فالجو النفسي الذي عاشه الأمريكان في تلك الفترة ولد عندهم مشاعر ذعر وخوف وتنبؤ بأن كل شيء ممكن أن يحدث.

خصائص الإشاعة Characteristics of Rumor

لقد حدد العالمان فان ورونا Fine و Rosnow وغيرهم من العلماء الخصائص التالية للإشاعة [٣٥]

١ ـ الإشاعة هي عملية نشر المعلومات ونتاج هذه العملية

٢ ـ من السهل أن تنطلق الإشاعة وليس من السهل أن تتوقف فالإشاعة تسير بسرعة النار في الهشيم لا بل بسرعة الضوء والصوت عن طريق الأقمار الصناعية والإنترنت في الوقت الحاضر لتصل إلى جميع أطراف الكون حيث أصبح العالم قرية إلكترونية واحدة

٣ ـ قد تكون الإشاعة صادقة True Rumor أي قد تحتوي المعلومات الواردة في الإشاعة على نواة للحقيقة ومثال ذلك إشاعة حول زيادة في رواتب الموظفين أو حول استقالة شخص او ارتفاع في اسعار مواد استهلاكية أو الهزيمة أو النصر في الحرب والتي قد تتحقق بعض الأحيان.

٤ ـ قد تكون الإشاعة كاذبة FalseRumor أي قد ترتكز على معلومات غير مؤكدة او عارية عن الصحة كإشاعة وفاة خامنئي.

وللرد السريع على الإشاعة ظهر آية الله خامنئي على شاشات التلفزيون في ١٨/ ٣/ ١٩٩٣م لكي يسكت التكهنات التي تدور حول وفاته أو اصابته. وناشد الشعب الإيراني أن يشترك على نطاق واسع

في المسيرة المعادية «لإسرائيل» التي تقرر قيامها في ذلك اليوم.[٣٦] فالإشاعة هنا هي عبارة عن فبركة واختلاق لخبر عار عن الصحة وجاء الرد عليها سريعاً وغير مباشر ومن مصدر رسمي فلم تعمر إلاّ يوماً واحداً فقط.

٥ ـ قد تكون الإشاعة صادقة وكاذبة True and False Rumor : قام البيت الأبيض الأمريكي بتسريب أسماء محتملة وغير محتملة لمرشحي محكمة العدل العليا كوسيلة لجس النبض الجماهيري أو ردود فعل الجماهير حول اسماء القضاة المقبولين او المرفوضين[٣٧] فالجانب الصادق في هذه الإشاعة هو أن عدداً من الأسماء المحتملة كان صحيحا والجانب الكاذب منها هو أن بعض الأسماء كان غير وارد ترشيحه.

٦ ـ من الصعب تعقب أو التأكد من مصدر الإشاعة أثناء انتشارها، ولكنه من الضرورة بمكان الحرص على مصدر الإشاعة والتثبت منه من أجل الرد عليها وتفنيدها والسيطرة عليها.

٧ ـ من المحتمل أن يتغير محتوى الإشاعة على مر الزمن كلما انتقلت من المصدر الأصلي الى ناقلها أو مروجها. وتعتمد كمية التغيير أو التشويه على رغبات ودوافع ومخاوف وذكاء وذاكرة الناقل والمروج وعلى شدة الردود العاطفية التي تولدها لدى الفرد والجماعة والمجتمع والشعب. ولقد أجريت عدة دراسات تجريبية لمعرفة الأشياء التي تؤثر على محتوى الإشاعة أثناء انتشارها بين الناس والتي منها.[٣٨]

أ ـ التسوية Levelling

كلما راجت الإشاعة فإنها تصبح أقل تفصيلا وأقصر رواية وأكثر دقة. أي عملية اختصار وفقدان للتفصيلات.

ب ـ الشحذ Sharpening

يتم اختيار أو انتقاء بعض التفاصيل من السياق الكبير للإشاعة والمبالغة في عرضها أي أن هناك إغفالاً لبعض التفاصيل وإبرازاً للبعض الآخر واستبدال بعض الأجزاء مكان البعض الآخر مما يغير من حقيقة الأمر

فالشحذ هو عبارة عن رواية تفصيلات قليلة من الموضوع الكبير والأصلي كل مرة تروى فيها الشائعة ومثال ذلك أن يتذكر الراوي فكرة معينة أو كلمة معينة من بين مجموعة كلمات أو أفكار فيبرزها ويؤكدها.

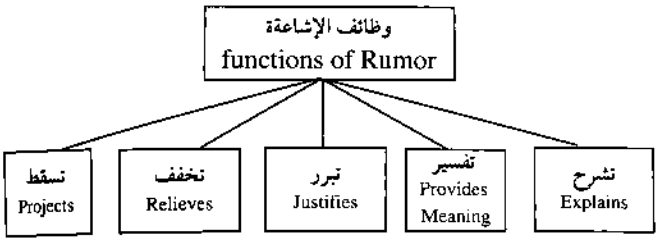
جـ ـ الاستيعاب Assimilation

هنا يتم استيعاب الموضوع الأساسي للإشاعة جراء روايتها عدة مرات مما يجعلها أيسر وأقصر رواية وأسهل فهماً واستيعاباً فالمستمع أو القارىء يفسر الإشاعة في ضوء خبراته وعاداته وتقاليده ودينه ومصالحه. فعملية التسوية والشحذ والاستيعاب تتناسب والدافع الرئيسي وراء موضوع الإشاعة وبالتالي تؤدي الى تشويه محتوى الإشاعة فالشكل النهائي للإشاعة يتأثر باهتمامات ورغبات وثقافة ووعي وذاكرة وذكاء الأفراد الذين يروجونها ، فهم ينقصون أو يزيدون أو يبالغون أو يختصرون من التفاصيل الواردة في الإشاعة بما يتناسب مع ميولهم واتجاهاتهم السابقة حول موضوع الإشاعة

وظائف الإشاعة[٣٩] Functions of Rumor

الإشاعة أداة من أدوات الحرب النفسية ، من أهم وظائفها : شرح وتفسير وتبرير وتخفيف وإسقاط مشاعر القلق أو الخوف أو الرعب أو الكراهية أو الشك أو التوترات العاطفية التي تنتاب الجمهور المستهدف في

حالة وجود موقف غامض ، خاصة في وقت الأزمات والكوارث الطبيعية والحروب والرخاء والكساد الاقتصادي . فهذه الوظائف هي الدوافع التي تسهم في إنتاج وترويج الشائعات .



التوترات العاطفية The Emotional Tensions

مقاومة الإشاعة

التثبت أو التبين من مصدر الإشاعة :

فأول خطوة في السيطرة على الإشاعة ومقاومتها هي معرفة مصدر الإشاعة للتبين من مدى صحتها أو زيفها .

قال تعالى : ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾ ﴾ (الحجرات)[٤٠]

في ظل عصر المعلومات وثورة الاتصالات واجهت منظمة الصحة العالمية (WHO) التي يبلغ عدد أعضائها ١٩١ عضواً تحدياً في كيفية التعامل مع فيض من التقارير الواصلة إليها من عدة مصادر من العالم تحذر أو تنذر

بوقوع كارثة بسبب انتشار أمراض معدية تتهدد العالم مما شكل لها مشكلة في كيفية التعامل مع مثل هذه التقارير سواء كانت صحيحة أو إشاعات .

لذا عمدت منظمة الصحة العالمية إلى تعيين فريق (Verication Team) للتثبت من صحة المعلومات الواردة حسب نظام معين للقضاء على الإشاعات واتخاذ القرارات الصائبة على أسس سليمة .

آلية عمل الفريق Mechanism of Work

يقوم الفريق باتباع النظام التالي للتثبت من صحة ودقة المعلومات على النحو التالي :[٤١]

١ ـ جمع المعلومات من مصادرها الأولية Collecting Data from its primary sources . مكاتب منظمة الصحة العالمية المحلية والإقليمية ومكاتب الأمم المتحدة والمنظمات غير الحكومية ومكتب الشبكة العالمية للصحة العالمية الكندية Global Public Health Information Network و (٦٠٠) مصدر إعلامي عالمي من وكالات أنباء وصحف ومجلات وانترنت .

٢ ـ ترتيب المعلومات وتبويبها وتصنيفها بطريقة صحيحة Classifying the Information

٣ ـ تحليل المعلومات Analysis

٤ ـ تفسير المعلومات Interpretation

٥ ـ تقييم مدى خطورة الحادثة أو المرض على العالم من حيث النواحي الصحية أو زيادة نسبة المرض أو التسبب في حالات الوفاة أو قابلية الانتشار عبر الحدود إعاقة حركة التجارة والسفر ونشر الخوف والرعب في نفوس الناس .

٦ ـ التثبت من المعلومات Verification of Information في ضوء المعلومات الواردة للفريق والسابقة عن المرض ومدى خطورته يقوم الفريق بتقييم الحالة وتزويد مكاتب منظمة الصحة العالمية عبر الإنترنت بالمعلومات الصحيحة والدقيقة والموضوعية والتي تقوم بدورها بالاتصال بالسلطة الصحية في الدول المعنية .

٧ ـ اتخاذ القرار Taking Decision : بعد التبين أو التثبت من صحة ودقة المعلومات من مصادرها الأولية حول مدى خطورة المرض وبعد التشاور مع منظمة الصحة العالمية والدولة أو الدول المعنية بالتصدي للمرض يتم اتخاذ القرار الصحيح في كيفية التعامل معه وقاية أو علاجاً .

في الفترة الواقعة ما بين ١/ ٧/ ١٩٧٧ ـ ١/ ٧/ ١٩٩٩م تأكد الفريق من صحة ٢٤٦ تقريرا وتم نشرها في قائمة وتوزيعها على أعضاء منظمة الصحة العالمية[٤٢]

نشر الأخبار الدقيقة والموضوعية والشاملة Dissiminating Accurate Objective and Comprehensive News

إن الاتصال الصريح وحرية وسرعة الوصول إلى المعلومات من أهم طرق الوقاية من الإشاعة وطرق علاجها . فالشائعة تنتشر إذا فقدت الأخبار والمعلومات الصحيحة وتموت بظهور الخبر اليقين عن مصدرها .

في شهر فبراير عام ٢٠٠٠م وفرت شركة فورد للسيارات جهاز حاسوب وطابعة ملونة لكل موظف من موظفيها في العالم والبالغ عددهم ٣٥٠ , ٠٠٠ موظف وكذلك منحتهم حرية الوصول للانترنت مقابل قسط شهري بقيمة خمسة دولارات ، علاوة على ذلك وفرت لموظفيها خارج

أمريكا البالغ عددهم ٠٠٠ . ١٩٠ موظف صفحة على الانترنت بأربعة عشر لغة مع دورة تدريب على استخدام الحاسوب .[٤٣]

فأفضل طريقة لمقاومة الإشاعة هي تزويد الجمهور المستهدف بالمعلومات السريعة والدقيقة والموضوعية عن أوضاعهم أو أوضاع مؤسساتهم حتى يكونوا على درجة عالية من الوعي بما يجري حولهم .

السرعة في الرد على الإشاعة Prompsr Response

إن عدم السرعة في نفي الإشاعة يعني إثباتها وتأكيدها .

أشيع في مدينة أثنز Athense الأمريكية بأن أحد أطباء الأطفال يحمل فيروس الإيدز فما كان منه إلا أن سارع إلى وضع إعلان في إحدى الصحف المحلية مفاده « ليس لدي فيروس الإيدز » .[٤٤]

وللرد على الإشاعة يجب العمل على ما يلي :

١ ـ تحليل الإشاعة من حيث مصدرها وقوتها وضعفها وخطورتها قبل دحضها .

٢ ـ معرفة دوافع انتشارها .

٣ ـ مقابلة الأشخاص الذين تأثروا بها وتأذوا منها .

٤ ـ إذا كانت الإشاعة قوية فيجب الرد عليها بطريقة لبقة وغير مباشرة أي دون ذكر موضوع الإشاعة الأصلي أو كشف مصدرها أو مروجيها لأن ذلك قد يولد إشاعات جديدة .

٥ ـ يجب أن يتولى الرد على الإشاعة شخص مسؤول يتسم بالمصداقية لدى الجمهور

تجاهل الإشاعة ذات التأثير الضعيف Ignoring Rumor

إذا كانت الإشاعة بسيطة فمن الأفضل عدم الرد عليها وقتلها في مهدها.

سرت إشاعة في أمريكا مفادها بأن شركة الاتصالات الأمريكية AT and T تتفاوض مع شركة اتصال كندية لبيع ٢٠٪ من حصتها بمبلغ يتراوح بين ٣٠٠ ـ ٣٦٠ مليون دولار. (٤٥) ولكن إدارة الشركة الأمريكية لم ترد على مثل هذه الإشاعة لأنها ليست ذات تأثير على الرأي العام الأمريكي.

مقاومة الإشاعة بإشاعة Countering a Rumor with a Rumor

إن الرد على الإشاعة بإطلاق إشاعة مضادة لها يحتاج إلى قدرة عقلية وجهد عال وأناس موثوقين من ذوي الرأي الذين يملكون التأثير على الآخرين والرأي العام ومواصلة التصدي لإشاعات مضادة جديدة.

إنشاء مركز للسيطرة على الإشاعة Rumor-Control-Center

وهذا يعني إنشاء عيادة لتشخيص الإشاعات وعلاجها. فالهدف الرئيس من إنشاء مثل هذا المركز هو التثبت من مصدر الإشاعة ومحتواها ومروجها ونفيها على أساس علمي مدروس.

أنشأ البيت الأبيض الأمريكي والقطاع التجاري الخاص ٢٠٠٠ مركز تحكم للمعلومات للتصدي للمشاكل ولمنع انتشار الإشاعات التي قد تؤدي إلى التأثير على عملية البيع والشراء واتخاذ القرارات المالية الصائبة.

كذلك شرع البيت الأبيض في عملية توعية إعلامية للمستثمرين حول ٢٠٠٠ موقع التي استمر العمل فيها على مدى سنة كاملة والدافع لإنشاء

هذه المراكز(٤٦)، هو جمع المعلومات من مصادرها الأولية وإيصالها إلى المستثمرين بسرعة ودقة هذا ويتم تحديث المعلومات كل أربع ساعات.

إنشاء موقع على الإنترنت لمقاومة الإشاعة Website Posts Rumor

أنشأت جامعة لويزيانا Louisiana موقعا لها على الإنترنت يحتوي على وثائق عامة عن الجامعة ومناقشة لكل الإشاعات التي تطلق حول الجامعة (١٧)

وضع عقوبة على من ينشر الإشاعة :

الإشاعة وباء خطير قد يجلب الدمار على الفرد والأسرة والمجتمع. لذا يجب معاقبة كل من تسول له نفسه نشر الفساد في المجتمع. قال تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَن تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنتُمْ لا تَعْلَمُونَ ﴿١٩﴾﴾ (النور).

يجب عدم نقل الإشاعة Do not Circulate or Spread Rumor

الإشاعة مرض يتهدد المجتمع وأمنه، لذا يجب عدم نشرها، وقد حذر الإسلام من ترويج الإشاعة لما لها من خطر وتأثير سلبي على وحدة وتماسك المجتمع خاصة وقت الأزمات

قال تعالى: ﴿ولا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُوْلَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولاً ﴿٣٦﴾﴾ (الإسراء).

وقال تعالى: ﴿إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِأَلْسِنَتِكُمْ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُم مَّا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِندَ اللَّهِ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾﴾(النور).

الاستعانة بمراكز الكترونية استخبارية تجارية لمقاومة الإشاعة :

ففي أمريكا يلجأ بعض الأفراد والمؤسسات إلى الإستعانة بالموقعين التاليين للتصدي للإشاعات التي تهاجمهم وهما[٥١]:

Ewatch, at > www.ewatch.com >

Eclipze, at > www.eclipze.com > .

فالانترنت نعمة من حيث سرعة الإرسال والاستقبال للمعلومات إلا أنه نقمة من حيث أنه قد يزودنا بمعلومات زائفة إلى حد قال أحدهم لا تثق بالانترنت Do not Trust Internet فالقاعدة هو أن الانترنت الآن السم والترياق في نفس الوقت Internet is both the poison and a remedy[٥٢]

الخلاصة Conclusion

الإشاعة ظاهرة اجتماعية موجودة في كل المجتمعات قديما وحديثا ومرض يتهدد الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمعات والدول والعالم أجمع، فالكل عرضة للإصابة بفيروسات هذا المرض الخطير لذلك أنشأت الدول والمؤسسات والمنظمات أجهزة خاصة للسيطرة عليه وتطويقه والقضاء عليه. وهناك ثلاث طرق للتعامل مع هذه الظاهرة الاجتماعية ومقاومتها Combating Rumor

أ ـ التوعية Awarness

يجب توعية الناس بخطورة الإشاعة وتأثيرها الهدام على المجتمع عن طريق الأسرة والمدرسة والجامعة ووسائل الإعلام من إذاعة وصحافة وتلفزيون وقنوات فضائية ومواقع على الانترنت والمحاضرات والندوات

والبيانات الصحفية . توعية الجمهور بخطورة الاستماع أو قراءة أو مشاهدة مصادر المعلومات المغرضة التي تنشر بذور الحقد والكراهية واليأس والتدمير في عقول الجماهير لتهبيط معنوياتها وإثارة جو من القلق النفسي لديهم وحالة من عدم الاستقرار وبالتالي زعزعة الأمن في البلاد .

ب ـ الوقاية Protection

تعتمد الوقاية على جهاز المناعة لدى الجمهور في المجتمع وعلى مدى وعيه . فمن طرق الوقاية :

١ ـ الالتزام بالدين .
٢ ـ تماسك الجبهة الداخلية .
٣ ـ الثقة في وسائل الإعلام .
٤ ـ الثقة بين المواطن والمسؤول ومدير الشركة والموظفين .
٥ ـ عدم نقل الإشاعة وترويجها .
٦ ـ تبليغ المسؤولين بالإشاعة حين انطلاقها لأنهم أقدر الناس على التعامل معها والرد عليها وقتلها في مهدها .
٧ ـ تزويد الجمهور بالمعلومات الموضوعية والدقيقة والشاملة حول أمور حياتهم حتى لا يضطروا إلى الاستماع أو مشاهدة أو قراءة الأخبار من مصادر مغرضة وعدوة .
٨ ـ الصراحة بين المسؤولين والجمهور فالشورى والاتصال في اتجاهين من المسؤول إلى الجمهور وبالعكس تقضي على الإشاعات
٩ ـ حرية الوصول إلى المعلومات من مصادرها الأولية فبالتالي تتولد لدى الجمهور الثقة في أنفسهم وبلدهم وأعلامهم ومؤسساتهم

١٠ـ فرض عقوبة صارمة على من يطلق أو ينقل أو يروج الإشاعة

جـ ـ العلاج Treatment

إذا ما انطلقت الإشاعة فيجب البحث عن مصدرها ومعرفته وكشفه للجمهور ودحض الإشاعة ومحاولة الحد من انتشارها والتقليل من آثارها السلبية على المجتمع باتباع الخطوات التالية :

- مقابلة الذين تأذوا من الإشاعة للوقوف على أسبابها .
- كشف مصدر الإشاعة لأنه إذا كشف النقاب عن المصدر تموت الإشاعة .
- السرعة في الرد على الإشاعة .
- عدم الرد بطريقة مباشرة لأنها قد تولد إشاعات أخرى .
- تجاهل الإشاعة ذات التأثير الضعيف التي قد تنشر في صحف غير معروفة أو رائجة أو مواقع انترنت عدد زوارها محدود .
- مقاومة الإشاعة بإشاعة
- إنشاء مراكز للسيطرة على الإشاعة
- إنشاء موقع على الانترنت لمقاومة الإشاعة
- يجب عدم نقل الإشاعة
- الاستعانة بمواقع استخبارية تجارية لمقاومة الإشاعة وخاصة على الانترنت .
- إصدار بيانات صحفية وعقد مؤتمرات لنفي الإشاعة .
- يجب أن يتولى الرد على الإشاعة مصدر مسؤول يتسم بالمصداقية لدى الجمهور
- تشكيل جهاز إعلامي من علماء الاجتماع والنفس والشريعة والاقتصاد

والسياسة لتوعية الجمهور بخطورة الإشاعة وطرق الوقاية منها وطرق العلاج.

وخلاصة الأمر هو أن الإشاعة غالبا ما تكون سلبية وهدامة لما تنشره من مشاعر الحقد والكراهية والرعب واليأس والقلق والهلع في نفوس الناس وقت الأزمات والكوارث والحروب.

ولكنها في الوقت نفسه سلاح ذو حدين يستخدم في الخير والشر، فمن إيجابيات الإشاعة هو استخدامها في جس النبض الجماهيري ورفع الروح المعنوية وتفسير وتخفيف وتبسيط الأوضاع الصعبة التي تؤرق الجمهور المستهدف علاوة على استخدامها كإشاعة مضادة لدحض إشاعات الخصم أو العدو

الهوامش

(١) ابن منظور الإفريقي المصري، معجم لسان العرب. المجلد الثامن، دار صادر بدون سنة نشر، ص ١٩١

(٢) مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الجزء الأول/ مصر، المكتبة العلمية- طهران، بدون سنة نشر

(3) Buckner, H. Taylor, A Theory of Rumor Transmission. Public Opinion. Quarterly, 29: 54-70, 1965, P. 55

(4) Christopher, Bates Doob, Sociology: An Introduction , Holt, Rinehart. And Winston, New York, 1985, P. 491.

(5) Robert C. Williamson et. Al., Social Psychology, F.E. Peacock Publishers, Inc., 1982, P. 488.

(6)IAN Robertson , Sociology , Second Edition, Worth Publishers, Inc., New York , 1981, P. 566.

(7) Morris, William, Editor, The Heritage Illustrated Dictionary, American Publishing Company, 1975, P. 1135.

(8)Robert Williamson, Social Psychology P.488.

(٩) ابو عرقوب، إبراهيم ، سيكولوجية الإشاعة ، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ١٩٩٤م، ص ص ٧-٨.

(10) Ibid., P. 490.

(11) Gordon W. Allport And Leo Postman (11) Analysis of Rumor , Public Opinion Quarterly, Winter , 1946-1997, P. 502.

(12) Scott, Alan, This is PR: The Realities of Public Relations, 2nd Edition, Wads Worth Publishing Company, California, 1981, PP . 240-242.

(13) Ian Robertson, Sociology , P. 567.

(14) New York Times, An Anatomy of A Rumor : It flies on Fear, June 4, 1991, P.1

(١٥) سورة النساء ، آية ١٥٧ـ١٥٨

(١٦) صحيفة الدستور الأردنية ٧/ ١٠/ ١٩٩١م، ص ٤

(17) Facts on File Baby Parts (17)Disinformation Spreads Worldwide, October 29, 1990.

(١٨) صحيفة الرأي الأردنية ، ٥ شباط ١٩٩٣م، كذلك أنظر صحيفة الرأي ٩/ ٦/ ١٩٩٨م.

(١٩) المصدر السابق.

(20) Social Identities, (20) Specifities Official Narratives: Rumor and the Social Production Hate, February, 1998, Vol. 4 Issue 1, P. 109.

(21)William E. Daugherty and Morris Johnwitz, (12)A Psychological Warfare Casebook, P. 665.

(22)Ibid., P. 659

(23) Los Angelos Times, October 18, 1992, Section A, P.1

(24) William E. Daugherty and Morris Johnwitz, (14) Psychological Warfare Casebook, P. 664.

(٢٥) صحيفة السبيل الأردنية ، ٢٥ـ٣١ كانون أول ٢٠٠١م.

(26) lifford Mark and Oleck, Johnm Business Week, A warm Front in China , July 5, 1999 Issue 3636, P. 6.

(27) A.Arndt, Micheal, Prasso, Sheridan Pusiness Week, Misguided Beef with McDonald_s, May 21, 2001, Issue 3733, P. 4.

(28) Robert Williamson et.al., Social Psychology , P. 491.

(29) Atlanta Constitution, Noveber 4, 1992, P. 5.

(30) New York Times, January 19, Section A , P. 5.

(31) Boston Globe Cutting Short the Latest Dukakis Rumor, May 13, 1988, P. 13.

(32) Christian Science Monitor, October 23, 2001, Vol. 83. Issue 230, P. 2.

(33) Showalter , Elaine, People , Rumors , October 10, 2001, Vol. 56, Issue 18, P. 107.

(34) Tyrangiel, Josh, Time, Did you hear about , October 8, 2000, Vol. 158, Issue 16.

(35) David Popenoe, P. 565, See Also, IAN Robertson , P. 566.

(36) Washington Times, News about Conflict and Anxiety Inside Iran, March 19, 1993.

(37)Robert Williamson et. Al. Social Psychology, P. 491.

(38) Gordon W. Allport and Leo Postman, Analysis of Rumor, Public Opinion Quarterly, P. 504-505, See Also, Robert Williamson , Social Psychology, P.488.

(39) Ibid., Gordon , P. 503. See Also Robert Williamson, P. 488.

(٤٠) سورة الحجرات ، آية (٦).

(41) Grein Thomas and others Rumor of Disease in Global village Outbreak Verificatioin Emerging Infectious Disease , March/ April 2000, Vol. 6, Issue 2, P. 97.

(42) Ibid., P. 246.

(43) Seitel, Fraseer P. The Practice of Public Relations , 8th Edition, Upper Saddle River , New Jersy, 2000, P. 391.

(44) New York Times, January 22, 1992, P. 10.

(45) U . S . A . Today, December 9, 1992,P . 2 .

(46) Thibodeau, Patrick , Computer World Y 2k Rumor, Control Centers in Works, November 8, 1999, Vol. 33. Issue 45, P. 16.

(47) Charlson , (2000) Scott, Chronicle of Higher Education , A nonymous, Greievances and Leaked Documents, December 1st Vol. 47 Issue 4, P. A 39.

(٤٨) سورة النور، آية (١٩).

(٤٩) سورة الإسراء، آية (٣٦).

(٥٠) سورة النور، آيات(١٥ ـ ١٧).

(51)Golds borough , Reid, Black (2001) Issues in Higher Education Dealing with Hate on the Internet , May 24,, Vol. 18, Issue 7, P. 36.

(52) Showalter, Elaine, People, October 29, 2001, Vol. 56, Issue 18, P. 107.